

påvirket af og selv har bidraget til, mens efterordet rummer refleksioner over, hvordan *Et annet verdensborgerskab* bidrager til diskussionen om forståelsen af kosmopolitanisme i starten af det 21. århundrede. Både for- og efterord er for så vidt udmærkede, men det kan undre lidt, at redaktørerne har valgt at inkludere disse i stedet for de kommentarer af Jeremy Waldron, Bonnie Honnig og Will Kymlicka samt Benhabibs svar hertil, som den engelske udgave er forsynet med. Det er en skam, fordi disse kommentarer og svar kunne bidrage til en bedre forståelse af Benhabibs kosmopolitanisme, der som nævnt til tider kan fremstå i en noget kortfattet og svært tilgængelig form.

BO ALLESØE CHRISTENSEN

Planlægning og oplevelse

Anne Lorentzen og Søren Schmidt-Jensen: Planlægning i oplevelsessamfundet, Århus Universitetsforlag, 2011, 321 sider, 298 kr.

Der er efterhånden ved at være udgivet en betragtelig mængde litteratur om oplevelsesøkonomi fra

de danske universiteter. Senest har Anne Lorentzen - professor (mso) på Institut for planlægning, AAU - slået sig sammen med Søren Schmidt-Jensen fra Dansk Arkitektur Center, og redigeret en bog med temaet planlægning og oplevelsesøkonomi. Bogen udkommer som nummer tre i den nye serie *Sociologiske studier* fra Aarhus Universitetsforlag, en serie der søger at etablere en ny platform for den bedste sociologiske forskning både nationalt og internationalt.

Bogens ide er fin, for i det sidste tiår har store dele af de danske erhvervsstrategier på både statsligt, kommunalt og regionalt niveau været præget af overvejelser omkring de kreative og de underholdningsmæssige industriers evner til at skabe vækst via oplevelser og kreativitet, og derigennem virke som eksempel for andre økonomiske væksttiltag. Oplevelsesøkonomi er, som begrebslig konstruktion og styringsinstrument, derfor en vigtig bestanddel af den politiske og sociale virkelighed der udgør dagens Danmark. Den bør derfor også fortjene en opmærksomhed i de human- og samfundsvidenskabelige forskningsdiscipliner, der normalt beskæftiger sig med planlægning, styring, forskellige økonomiopfattelser og, ikke mindst, antropologi.

Som forfatterne gør opmærksom på, er oplevelsesøkonomien gået fra at være et middel til primært at skabe markedsdifferentiering for virksomheders produkter til også at være et strategisk middel for byer og andre større eller mindre rumligt afgrænsede steder, i forsøget på at differentiere sig fra hinanden i kampen om borgere, turister og virksomheder. Det er denne udvikling man vil undersøge, dvs. hvordan sted og oplevelse hænger sammen med planlægning og udvikling, og de potentialer, dilemmaer og problematikker der følger med. Formålet med bogen er derfor *kritisk* "[...] at bidrage til at forstå, hvorfor og hvordan oplevelsesøkonomi har vundet indpas i Danmark, og vise, hvilken virkning og indflydelse oplevelsesbaserede initiativer, projekter og planer har for den rumlige udvikling, økonomisk, fysisk, socialt og miljømæssigt" (s. 20). Bogen er opdelt i tolv kapitler, der hver især behandler et aspekt af at knytte oplevelse og sted sammen indenfor en planlægningshorisont. De tolv kapitler er grupperet i fire tematiske dele: den første behandler oplevelser som drivkraft for steders økonomiske udvikling, den anden omhandler planlægningen af oplevelser, den tredje hvordan oplevelser kan tage karakter af at være innovation, og

den sidste behandler sammenhængen mellem oplevelser og natur, for så vidt vi snakker planlægning af landskab.

Alt i alt en interessant håndbog for folk der arbejder med planlægning og som ønsker eksempler på, hvordan oplevelser er blevet og bliver brugt strategisk. For bogen ønsker at bidrage med viden omkring de betingelser der kan gøre oplevelsesøkonomi til del af en *strategisk* planlægning. Og det er måske også her problemet er. Som et sociologisk studie savner man nogle dybere overvejelser omkring de aspekter af oplevelse, økonomi og planlægning der ikke har noget med en strategisk eller instrumentel rationalitet at gøre. Økonomi, planlægning og oplevelse skal jo ses som dele i en større fortælling om, hvordan vi mener vores samfund bør skrues sammen – det er vel det *kritikken* traditionelt set har til opgave. Økonomi er altid led i en politisk økonomi, har vi vidst siden Adam Smith; og strategisk planlægning kan aldrig stå alene uden normative betragtninger ved vi fra Amartya Sen. Så man kunne, for eksempel, have spurgt til de forskellige sammenhænge hvori en kobling mellem økonomi, som forvaltning af den samfundsmæssige husholdning, og oplevelse som en specifik antropologisk kategori

(der mere eller mindre udgrænser begrebet erfaring, der også indgår i det engelske *experience economy*) fremstår som nødvendige og mulige. Men i stedet følger forfatterne stort set Pine & Gilmore (oplevelsesøkonomiens "fædre") i at betragte oplevelsesøkonomien som en følge af en lineær og naturlig udvikling af økonomisk værdi gennem først forarbejdning og produktion af varer, der så efterfølgende differentieres fra andre varer gennem servicetilbud og oplevelser, for til sidst at ende med en værdi bestående i at kunne transformere kunden.

Et åbenlyst spørgsmål er her, om appellen til oplevelser ikke udelukkende er et fænomen i et kapitalistisk overskudssamfund, der skal finde på mere kringlede og foregøglede måder at sælge varer på. Det ville være det lette spørgsmål at svare på. Det sværere spørgsmål ville være en beskrivelse af den rekonfigurering af sig selv som økonomien prøver at stable på benene gennem oplevelsesøkonomien. Har forbindelsen til oplevelse at gøre med, hvad Eva Illouz kalder emotionel kapitalisme? Har appellen til emotionalitet og det transformative potentiale noget at gøre med Boltanski og Chiapellos beskrivelse af kapitalismens tredje ånd, der netop inddrager selvudvikling? Og

hvad sker der med de paradokser som Honneth har været med til at beskrive under overskriften befrielse fra myndigheden, når arbejdet bliver til teater (som en del af overskriften på Pine og Gilmores bog *Oplevelsesøkonomi* lyder) med krav om autenticitet og originalitet i produktionen af oplevelser. Læg så dertil de talrige forsøg på at gøre oplevelses-økonomi til del af offentlige erhvervsstrategier gennem netop planlægning, så har man et fabelagtigt område for studiet af, hvordan rekonfigureringen af økonomien viser sig gennem nye governmentalitetsformer, hegemonier eller diskurser på forskellige planer og i forskellige rum. Og dette kunne så være et oplæg til kritisk at diskutere, hvilke økonomimodeller produktionen af oplevelser, både den private og den offentlige – hvor oplevelser ses som velfærdsgoder – bør indgå i. *Bør* er ikke grebet ud af den tomme luft her, for der er både økonomer og filosoffer i færd med at genintroducere normative betragtninger, herunder hvad velfærd kan betyde i forskellige økonomiske sammenhænge, som en meget væsentlig del af økonomi (se for eksempel diskussionen mellem Hilary Putnam, Vivian Walsh, Martha Nussbaum og Amartya Sen).

Der er ansatser til noget af det

i bogen: bl.a. påpegningen af uligheden mellem de forskellige kommuners mulighed for at kunne investere i oplevelser som offentligt tiltag, at forskellige diskurser og hegemonier er på færde i strategisamarbejdning, og der er et hensyn til en "grøn økonomi" at tage i den overordnede økonomi. Men selvom man således er på vej til et fokus på, hvordan økonomi og antropologi kan optræde i en normativ planmæssig sammenhæng, så får vi stort set endnu en fortælling om oplevelser som det nye erhvervsmæssige krydderi, men nu tilsat det offentlige også. På trods af intentionen stiller man sig grundlæggende tilfreds med at karakterisere oplevelsesøkonomi som et nyt og mere fantasirigt stadie i den moderne kapitalisme som det hedder (s. 115), og accepterer derfor implicit at det offentlige skal indoptage de samme politiske og økonomiske forudsætninger. Men det er vel egentlig først når spørgsmålet *hvorfor* slet ikke melder sig, at det bliver rigtig kritisk?

KASPER HEDEGÅRD
SCHIØLIN

Prolegomena zu einer jeden künftigen Technikphilosophie

Søren Riis: Zur Neubestimmung der Technik - Eine Auseinandersetzung mit Martin Heidegger, Francke Verlag, 2011, 304 sider, 439 kr.

Der er endnu ikke mange danske filosoffer og idéhistorikere endelige intellektuelle generelt, der kaster sig over teknologi med samme glubende sult, hvormed de fylder sig med alverdens andre åndelige lækkerier. Men hvorfor egentlig ikke? Måske man frygter at forurene tanken, give den en fæl metallisk bismag? Men teknologi er jo dog en sober – hvis da ikke strengt nødvendig – beskæftigelse for tænkningen. Det siger Heidegger! Han lærer os, at spørgsmålet om teknikken er gennemsyret af metafysik, ontologi, væren og sandhed, hvorfor teknologien uagtet dens ingeniør- og naturvidenskabsagtige skin er en larmende invitation til selv de mest teknikforskrækkede åndsaristokrater. (Teknik og teknologi anvendes her synonymt).

Den danske filosof Søren Riis har lært Heideggers teknologiekritik og taget imod teknologiens filosofi-